

Impacto de las Redes Sociales y las Plataformas Digitales en la Competitividad Electoral en Guanajuato durante el Proceso 2023-2024

Impact of Social Media and Digital Platforms on Electoral Competitiveness in the Mexican State of Guanajuato during the 2023-2024 Process

Omar Andrés Rivera Hernández¹

Resumen

Las redes sociales electrónicas y las plataformas digitales han revolucionado la manera como se llevan a cabo las campañas electorales, y cómo los votantes interactúan con los candidatos y partidos políticos. En el proceso electoral de 2023-2024 en el estado de Guanajuato, estas herramientas jugaron un papel crucial en la dinámica política local, afectando significativamente la competitividad electoral.

Palabras clave: Elecciones locales, competitividad electoral, redes sociales, Guanajuato.

Objetivo

Este esfuerzo de investigación a desplegarse durante las cinco semanas del XXIX Verano de la Ciencia de la Universidad de Guanajuato tuvo como objetivo analizar cómo las redes sociales y las plataformas digitales influyen en la competitividad electoral en el estado de Guanajuato durante los procesos electorales federal y local 2023-2024. Se explorará el uso estratégico de estas plataformas por parte de los candidatos y partidos, así como su impacto en la movilización y la toma de decisiones de los votantes.

Desarrollo

Durante las semanas del Verano de la Ciencia, el autor desplegó las siguientes acciones para recolectar, sistematizar y analizar la información existente sobre el tema:

Revisión de la Literatura

- **Evolución de las campañas electorales digitales:** se revisaron estudios previos que abordan la transformación de las campañas políticas con la llegada de las redes sociales y las plataformas digitales, destacando ejemplos relevantes a nivel global y en México.

¹ Universidad de Guanajuato, Campus Guanajuato. División de Derecho, Política y Gobierno. Estudiante de la licenciatura en Derecho. oa.riverahernandez@ugto.mx. Asesor: Dr. Luis Miguel Rionda. DCSyH, Campus León, UG. riondal@ugto.mx.

- **Impacto en la participación ciudadana:** se analizaron investigaciones que muestren cómo el uso de las redes sociales ha aumentado la participación política y electoral, con especial atención a estudios realizados en contextos similares al de Guanajuato.
- **Estrategias de comunicación digital:** se exploraron las tácticas y estrategias más efectivas utilizadas por los candidatos y partidos en las redes sociales para mejorar su competitividad electoral.

Metodología

- **Recolección de datos:** se colectó información sobre estrategias de campaña para obtener información sobre el uso y la percepción de las redes sociales en el proceso electoral.
- **Análisis de contenido:** Se realizó un análisis de contenido de las principales plataformas digitales utilizadas en la campaña (*Facebook, X, Instagram, TikTok*), identificando los temas más recurrentes, el tono de los mensajes y la interacción con los votantes.
- **Estadísticas de impacto:** se utilizaron herramientas de análisis de redes sociales para medir el alcance y la efectividad de las campañas digitales, incluyendo métricas como el número de seguidores, interacciones, y la viralidad de los contenidos.

Desarrollo y Exposición de Información

- **Uso de redes sociales por los candidatos:** se buscó comprender cómo los candidatos en Guanajuato están utilizando las redes sociales para sus campañas, en especial casos de éxito y lecciones aprendidas.
- **Participación y movilización del electorado:** se analizó el impacto de las redes sociales en la movilización del electorado, incluyendo campañas de concientización, llamados a votar y la trascendencia de *influencers* locales.
- **Percepción y confianza de los votantes:** Se exploró cómo los votantes perciben la información política en las redes sociales y su nivel de confianza en las mismas, evaluando el papel de las noticias falsas y la desinformación.
- **Comparativa con medios tradicionales:** se comparó la efectividad de las redes sociales frente a los medios tradicionales (televisión, radio, prensa) en términos de alcance y persuasión.

Análisis de los Datos

- **Métricas de redes sociales:** se analizaron las estadísticas obtenidas de las plataformas digitales para evaluar el alcance y la interacción de las campañas electorales.
- **Estudio de casos:** Se buscaron ejemplos específicos de candidatos o partidos que hayan utilizado estrategias innovadoras en redes sociales, evaluando su impacto en la competitividad electoral.

Resultados

Las redes sociales electrónicas y las plataformas digitales han emergido como actores cruciales en la configuración de la opinión pública y la dinámica de las campañas electorales.

En el contexto del proceso electoral de 2023-2024 en Guanajuato, estas herramientas han desempeñado un papel central en la competencia entre los partidos y candidatos.

Este ensayo analiza cómo las redes sociales y las plataformas digitales han influido en la competitividad electoral en Guanajuato, destacando tanto sus beneficios como los desafíos que presentan.

Difusión y comunicación directa

Las redes sociales electrónicas como *Facebook*, *X* (antes *Twitter*) e *Instagram* han revolucionado la difusión de los mensajes de campaña. Los candidatos han utilizado estas plataformas para comunicarse directamente con los electores, compartiendo propuestas, noticias y respondiendo a preguntas en tiempo real.

Esta interacción ha fomentado una mayor participación ciudadana y ha permitido a los votantes sentirse más conectados con los candidatos (Casero-Ripollés, 2018). Las transmisiones en vivo y las sesiones de preguntas y respuestas han sido particularmente efectivas para aumentar la transparencia y la confianza entre los votantes (Enli, 2017).

Segmentación del electorado

Las plataformas digitales han facilitado la segmentación del electorado, permitiendo a los partidos dirigir mensajes específicos a diferentes grupos demográficos. A través de la publicidad dirigida y los análisis de datos, los candidatos han podido adaptar sus estrategias de comunicación para maximizar su impacto y atraer a votantes indecisos (Howard, 2006).

Por ejemplo, los mensajes dirigidos a los jóvenes pueden centrarse en temas de educación y empleo, mientras que los dirigidos a los adultos mayores pueden abordar cuestiones de salud y seguridad social.

Movilización de votantes

El uso de las plataformas digitales para movilizar a los votantes ha sido otro aspecto importante para destacar en el desarrollo de los últimos procesos electorales. Las aplicaciones de mensajería y las campañas en línea han sido utilizadas para organizar eventos, recordarles a los votantes la importancia de asistir a las urnas y coordinar esfuerzos de voluntariado.

Este enfoque ha demostrado ser eficaz en para aumentar la participación electoral, especialmente entre los jóvenes neovotantes (Boulianne, 2015). Las campañas de registro de electores en línea y los recordatorios automáticos han simplificado el proceso, haciendo que más personas se involucren en el proceso electoral.

Análisis de datos y retroalimentación

El análisis de datos en tiempo real ha permitido a los candidatos y sus equipos ajustar sus estrategias sobre la marcha. Las encuestas en línea, los comentarios en redes sociales electrónicas y las métricas de interacción proporcionan una retroalimentación valiosa que puede ser utilizada para mejorar los mensajes de campaña y las tácticas de movilización.

Esta capacidad de respuesta rápida ha permitido a los candidatos ser más adaptables y efectivos en sus campañas (Kreiss, 2016), como se hizo evidente cuando surgieron incidentes y coyunturas inesperadas para los equipos de campaña en el proceso de competencia presidencial entre las candidatas de las coaliciones.

Los equipos en los “cuartos de guerra” debieron procesar información en desarrollo y desplegar tácticas de control de daños tan ágiles o más que la contraparte. Eso demandó un procesamiento de información en tiempo real sólo posible con los recursos de la tecnología informática actual, que evidentemente se verán potenciados en el futuro con los recursos de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG).

Desinformación y Noticias Falsas

El impacto de las redes sociales y las plataformas digitales no ha sido completamente positivo. La propagación de desinformación y noticias falsas ha sido un desafío significativo, afectando la percepción pública y la integridad del proceso electoral (Allcott & Gentzkow, 2017).

A pesar de los esfuerzos por parte de las plataformas para combatir este problema, sigue siendo una preocupación importante. Los candidatos y partidos deben ser proactivos en desmentir rumores y proporcionar información precisa para contrarrestar estos efectos negativos.

Innovaciones Tecnológicas

Las innovaciones tecnológicas también han jugado un papel importante. Las aplicaciones de Inteligencia Artificial Generativa (IAG) y los *chatbots* han sido utilizados para automatizar la interacción con los votantes, proporcionando respuestas rápidas y personalizadas a sus consultas. Además, las herramientas de realidad aumentada y virtual han creado experiencias inmersivas que han captado la atención de los votantes de maneras novedosas (Tucker, 2018).

Inclusión y Accesibilidad

Las plataformas digitales han mejorado la accesibilidad de la información electoral para personas con discapacidades. Las transcripciones automáticas, los videos con subtítulos y las opciones de lectura en voz alta han hecho que más personas puedan acceder a la información y participar en el proceso electoral.

Esto ha sido un paso significativo hacia una democracia más inclusiva de las poblaciones con capacidades y necesidades diferentes (Ellis, 2019), particularmente en Guanajuato (Rionda, 2024).

Caso de Estudio: Guanajuato

En Guanajuato, el impacto de las redes sociales durante el proceso electoral de 2023-2024 ha sido particularmente notable. Los candidatos han utilizado las redes electrónicas *Facebook* y *X* (antes *Twitter*) como principales plataformas para interactuar con sus seguidores y potenciales votantes.

El análisis de las interacciones en estas plataformas revela una alta actividad en temas relacionados con la seguridad pública y el desarrollo económico, que son preocupaciones centrales para los ciudadanos de Guanajuato (INE, 2023).

Estrategias de Campaña

Las estrategias de campaña en Guanajuato han incorporado una fuerte presencia digital. Los equipos de campaña han empleado herramientas de análisis de datos para identificar tendencias y ajustar sus mensajes en consecuencia. Además, se ha observado un uso significativo de videos en vivo y publicaciones patrocinadas para aumentar la visibilidad de los candidatos (INE, 2023).

Movilización y Participación

Las campañas de movilización en línea han tenido éxito en aumentar la participación de los jóvenes, un grupo demográfico que históricamente ha mostrado baja participación electoral. Las iniciativas para registrar nuevos votantes a través de plataformas digitales han sido efectivas, y los recordatorios de votación enviados por aplicaciones de mensajería electrónica y telefónica han asegurado una mayor asistencia a las urnas (INE, 2023).

Conclusión

Las redes sociales y las plataformas digitales han redefinido la competitividad electoral en Guanajuato durante el proceso 2023-2024. Si bien han ofrecido oportunidades para una mayor participación y comunicación directa, también han presentado desafíos en términos de desinformación.

Es crucial que tanto los candidatos como los votantes sean conscientes de estos aspectos para aprovechar al máximo las ventajas de estas herramientas digitales.

La regulación adecuada y la educación digital son esenciales para mitigar los riesgos y maximizar los beneficios de estas tecnologías en el contexto electoral.

Bibliografía/Referencias

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). "Social Media and Fake News in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Boulianne, S. (2015). "Social media use and participation: A meta-analysis of current research." *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538.
- Casero-Ripollés, A. (2018). "Research on political information and social media: Key points and challenges for the future." *El profesional de la información (EPI)*, 27(5), 964-974.
- Ellis, K. (2019). "Disability and digital inclusion: information and communication technologies for all." *Rowman & Littlefield International*.
- Enli, G. (2017). "Twitter as arena for the authentic outsider: Exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election". *European Journal of Communication*, 32(1), 50-61.
- Howard, P. N. (2006). *New media campaigns and the managed citizen*. Cambridge University Press.
- INE (Instituto Nacional Electoral) (2023). *Reporte del impacto de las redes sociales en las elecciones de Guanajuato 2023-2024*.
- Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
- Rionda, L. M. (2024) "Derechos políticos de las poblaciones en vulnerabilidad y los indígenas en Guanajuato", en Gutiérrez Cortés, Araceli y Cinthya Citlali Díaz Fuentes (coords.) *Derechos político-electorales de los pueblos indígenas, afrodescendientes y equiparables. Una mirada desde las entidades federativas*. Morelia: Instituto Electoral de Michoacán. Pp. 213-242. <https://t.ly/sp8ct>
- Tucker, J. A. (2018). "Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature." *Political Science Research and Methods*, 1-22.